

El TLC con los Estados Unidos

Foros y difusión en el Perú





CÁMARAS ASOCIADAS

Cámara de Comercio y Producción de Alto Amazonas Alejandro Vásquez Torres - Presidente	Cámara de Comercio, Industria y Producción de San Román-Juliaca Virgilio Téllez Ochoa - Presidente
Cámara de Comercio, Agricultura e Industria de Amazonas Juan José Gómez Rivas - Presidente	Cámara de Comercio, Industria y Producción de La Convención Mario Max Lira Camero - Presidente
Asociación Peruana de Agentes Marítimos Ricardo de Guezala de la Flor - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque Germán Fernández Castro - Presidente
Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ayacucho Jesús Quispe Ramos - Presidente	Cámara de Comercio de Lima Graciela Fernández -Baca de Váldez - Presidente
Cámara de Comercio e Industrias de Bagua Fortunato Bocanegra Bautista - Presidente	Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Loreto Violeta Ramírez de Porras - Presidente
Cámara de Comercio, Producción, Industria y Servicios de Barranca Gilberto Rodríguez Álvarez - Presidente	Cámara de Comercio de Madre de Dios Carlos Mateo Salinas Lovón - Presidente
Cámara de Comercio Turismo y Producción de Cajabamba Juan Prely Calderón Alvarez - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de Mollendo Antonio Nuñez del Prado Salerno - Presidente
Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca Horacio Gálvez Villanueva - Presidente	Cámara de Comercio e Industria de Moquegua Óscar Raúl Cahuana - Presidente
Cámara de Comercio y Producción del Callao José Ignacio Arteaga Panizo - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de Moyobamba Mario Pinedo Rodríguez - Presidente
Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Cañete Ricardo Ernesto Vásquez Matta - Presidente	Cámara de Comercio de Nazca Max Benavides Carpio - Presidente
Cámara de Comercio de Chanchamayo Vladimir García Valverde - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Pacasmayo Víctor Noriega Castañeda - Presidente
Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Chepén Juan Dávila Zelada - Presidente	Cámara de Comercio de Pasco Andrés Solano Rivera - Presidente
Cámara Chinchana de Comercio, Industria, Turismo, Servicios y Agricultura César Carranza Falla - Presidente	Cámara de Comercio de Pisco Jaime Galván Drago - Presidente
Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Producción del Cusco Fausto Salinas Lovón - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de Piura Ricardo Álvarez Elías - Presidente
Cámara de Comercio, Producción y Turismo de Ferreñafe William Cabrejos Requejo - Presidente	Cámara de Comercio y la Producción de Puno Víctor Madariaga Ancieta - Presidente
Cámara de Comercio e Industria Peruano-Francesa Oliver Liem - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de Rioja Nilo Bartolomé Salvador Rosado - Presidente
Cámara de Comercio de Huancavelica Raúl Alberto Garagundo Romero - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de la Provincia del Santa Rodolfo León Menéndez - Presidente
Cámara de Comercio, Agricultura y Producción de Huancayo Jesús Capcha Carbajal - Presidente	Cámara de Comercio e Industria de Satipo José Saúl Alcántara Cedrón - Presidente
Cámara de Comercio e Industria de Huánuco Hugo Salas Rivera - Presidente	Cámara de Comercio Suiza en el Perú Antonio Gnaegi Urriola - Presidente
Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Huaraz Jorge Ramírez Rodríguez - Presidente	Cámara de Comercio, Producción y Turismo de Sullana Luis Niño Olaya - Presidente
Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Huaura Wilfredo Carbajal Bazán - Presidente	Cámara de Comercio, Industria y Producción de Tacna Guillermo Martorell Sobero - Presidente
Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica Rafael Yamashiro Oré - Presidente	Cámara de Comercio e Industrias de Talara Leyter Arízaga Saavedra - Presidente
Cámara de Comercio e Industria de Ilo José Cerdeña Becerra - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de San Martín - Tarapoto Christopher Sandro Rivero Uzátegui - Presidente
Cámara de Comercio Italiana del Perú Gianfranco Castagnola - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de Tarma Julio Augusto Espinoza León - Presidente
Cámara de Comercio Agricultura e Industria de Jaén Jorge Sánchez Tafur - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de Tocache Carlos Panduro Seijas - Presidente
Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Juanjúl José Dodge Del Castillo Pérez - Presidente	Cámara de Comercio y Producción de Tumbes Carlos Arturo Moretti Ricardi - Presidente
	Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ucayali Nelson Torres Contreras - Presidente

PRESENTACIÓN

El Perú vive tiempos de renovado optimismo y de muchas expectativas en materia de comercio y desarrollo. La inserción de nuestro país en la economía global, como fruto de un esfuerzo concertado entre el Gobierno y el sector privado para impulsar las exportaciones, está alcanzando niveles satisfactorios que permiten visualizar con meridiana claridad el rumbo adecuado por el que debemos transitar en el futuro, para consolidar un crecimiento sostenido que sea capaz de ofrecer las oportunidades y el bienestar que anhelan todos los peruanos.

El comercio exterior estimula el crecimiento económico, la inversión y el desarrollo de la capacidad productiva de un país, tal como ha ocurrido con muchas naciones que han suscrito tratados de libre comercio, después de los cuales han registrado un crecimiento de su desarrollo. Esto lleva a una conclusión lógica: todo parece indicar que la apertura comercial es, pues, la respuesta para las economías en desarrollo.

Basada en esta alternativa axiomática, **PERUCÁMARAS** como entidad nacional representativa del empresariado regional, ha orientado sus líneas de acción en el ámbito de la información y difusión, inicialmente, del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos a lo largo y ancho del país, y subsiguientemente hará lo propio para los tratados de apertura con otros países o bloques de naciones. El propósito ha sido el de contribuir decididamente a fomentar no solamente el conocimiento en la opinión pública regional acerca de las negociaciones en curso y de su importancia como herramienta de estrategia comercial, sino también sobre la ineludible necesidad de una agenda interna que provea las herramientas que requiere nuestro país para asegurar el crecimiento de su comercio exterior y el bienestar de todos los peruanos.

Con esta firme convicción y el apoyo del Proyecto CRECER (USAID), **PERUCÁMARAS** ha promovido en las principales ciudades del país que sus Cámaras de Comercio asociadas realicen conferencias, foros, seminarios y talleres sobre el TLC con los Estados Unidos, y su impacto en el crecimiento y el desarrollo económico y social. En una primera etapa, estas jornadas regionales promovidas por la



Cámara de Comercio de Lima a través de la Comisión ALCA/Perú y **PERUCÁMARAS**, se desarrollaron en **Piura, Juliaca, Cusco, Arequipa, Chiclayo, Iquitos e Ica**. En una segunda fase, recibimos el encargo de continuar con la promoción en **Tacna, Ayacucho, Tarapoto, Jaén, Huancayo, Huaraz y Cajamarca**.

Los resultados del análisis y debate cara a cara en el interior del país ha revertido en gran medida el desconocimiento de los alcances del TLC que había en el empresariado regional, lo que se traduce en los resultados de la serie de encuestas realizadas in situ antes y después de cada evento. No existe la menor duda que la aprobación del Tratado es la respuesta a la que aspiran las mayorías del país. En este sentido, podemos afirmar que el promedio de su aprobación entre los empresarios y público que participó en estos eventos alcanza al 71.2%; es decir, una mayoría contundente.

Como es del conocimiento general, el ATPDEA, que es el convenio en virtud del cual los Estados Unidos permitió unilateralmente el acceso de los productos peruanos a su mercado dando gran impulso a nuestro comercio exterior, vencerá indefectiblemente en diciembre del 2006. Para entonces el Perú necesita ineludiblemente tener listo un nuevo instrumento de comercio exterior que reemplace al ATPDEA y ese es, sin lugar a dudas, el TLC, cuya cobertura será más moderna, más sofisticada y, por tanto, más beneficiosa. Es por eso que resulta imperativo el desarrollo de la agenda interna para aprovechar sus beneficios.

Samuel Gleiser Katz
Presidente



La cruzada regional por la difusión del TLC



PIURA:

Palanca para las exportaciones

En Piura, importante ciudad del norte peruano, se dio el punto de partida de esta cruzada regional del sector privado a favor de la difusión de los alcances, retos y beneficios de la apertura comercial y la negociación de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

Piura posee grandes potencialidades para aprovechar el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, especialmente en el sector agroindustrial. En los últimos años, las exportaciones de frutos como el mango y el banano, entre otros, ha cobrado inusitado protagonismo.

Es en ese escenario que se realizó el Foro Conceptos y Avances relacionados con el Proceso de Libre Comercio ALCA – TLC el 6 y 7 de mayo de 2004. El certamen fue organizado por la Cámara Nacional de Comercio, Producción y Servicios-PERUCÁMARAS, la Cámara de Comercio de Lima, la Comisión ALCA/PERÚ, y la Cámara de Comercio y Producción de Piura, y permitió ofrecer a la población una visión objetiva y técnica de las negociaciones del TLC con Estados Unidos.

El tema de mayor interés fue la agricultura, toda vez que alrededor del 40% de la población depende de la actividad agropecuaria. Luego de la jornada de difusión, un importante segmento de los participantes expresó su acuerdo con las negociaciones del TLC con Estados Unidos.

Asimismo, los participantes plantearon la necesidad de diversificar la actividad agrícola en la región, así como fomentar una cultura exportadora que permita, principalmente, que la fuerza productiva de Piura alcance niveles de competitividad acorde a la tendencia mundial.



Principales productos de Piura - 2003					
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector	
Mango	132,328	TM	1ro	Agrícola	
Limón	155,060	TM	1ro	Agrícola	
Arroz cascara	368,598	TM	2do	Agrícola	
Algodón rama	14,168	TM	3ro	Agrícola	
Ganado porcino	167,000	Unidades	5to	Pecuario	

Fuente: INEI Elaboración CIE PERUCAMARAS

«El TLC con Estados Unidos es un reto que los empresarios piuranos deben convertir en oportunidad para fomentar la competitividad regional»,

Ricardo Álvarez Elías, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.



JULIACA:

El Altiplano y el libre comercio

El empresariado privado, la sociedad civil, y funcionarios del Gobierno Regional y de las municipalidades del departamento de Puno participaron en el foro de difusión de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), que se desarrolló en Juliaca el 9 y 10 de junio de 2004.

En la organización de este certamen participaron la Cámara de Comercio, Industria y Producción de San Román-Juliaca y la Cámara de Comercio y Producción de Puno. El evento concitó la atención de 700 participantes, quienes mostraron especial interés por el tema de acceso a mercados (aranceles, procedimientos aduaneros, reglas de origen y obstáculos técnicos).

La región altiplánica posee una amplia gama de productos con gran potencial, como la alpaca, el ganado ovino, la llama y la quinua, de los cuales Puno es el principal productor a nivel nacional.

Luego de las exposiciones, que también giraron en torno a las negociaciones de la mesa agrícola, la normatividad

y medidas sanitarias, el 69.6% de los asistentes al seminario expresaron su respaldo al Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

La vicepresidenta regional de Puno, Rosa Frisancho, planteó la necesidad de reforzar la difusión de los alcances, retos y oportunidades del TLC con Estados Unidos, a fin de promover el debate en la sociedad y procurar un sector empresarial competitivo y preparado para aprovechar la apertura comercial.

Por su parte, Mónica Watson, gerente general de PERUCÁMARAS, detalló que Puno participa con el 2.20% del PBI nacional y que de 1940 al 2002 la PEA de ese departamento había disminuido dramáticamente (de 10.60% a 4.35%).

Virgilio Téllez Ochoa, presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Producción de San Román-Juliaca, y Víctor Madariaga Ancieta, titular de la Cámara de Comercio y Producción de Puno, destacaron el rol del sector empresarial en las negociaciones del TLC con Estados Unidos.

Principales productos de Puno - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Alpacas	1,832,150	Unidades	1ro	Pecuario
Ganado ovino	3,896,450	Unidades	1ro	Pecuario
Llamas	418,240	Unidades	1ro	Pecuario
Quinua	24,542	TM	1ro	Agrícola
Cebada	26,386	TM	2do	Agrícola

Fuente: INEI. Elaboración CIE PERUCÁMARAS



«Un Tratado de Libre Comercio debe impulsar la generación de empleo y la descentralización productiva»,

Virgilio Téllez Ochoa, presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Producción de San Román-Juliaca.



CUSCO:

Derribando mitos en la capital Inca

¿Qué implicará para Cusco la suscripción de un Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos? ¿Será un acuerdo beneficioso para la otrora capital del imperio incaico? Fueron interrogantes generalizadas en los participantes del Seminario Taller de Difusión del TLC con EE.UU. que organizaron el 11 y 12 de junio de 2004 PERUCÁMARAS, la Cámara de Comercio de Lima y el Gobierno Regional del Cusco.

El presidente regional de Cusco, Carlos Cuaresma, destacó la realización de eventos de esta naturaleza, pues enriquecen y descentralizan el debate en torno a la negociación del acuerdo comercial. Las regiones poseen grandes potencialidades para aprovechar los acuerdos de libre comercio; sin embargo, es fundamental transmitir abundante información a la ciudadanía, exhortó el líder regional.

De otro lado, Samuel Gleiser Katz, presidente de PERUCÁMARAS, comentó algunos indicadores de la economía local. Manifestó que Cusco participa con el 2.18%

del PBI nacional, recauda el 0.60% de la tributación nacional y desde 1940 al 2002 ha reducido considerablemente su participación en la Población Económicamente Activa (PEA) de 8.83% a 4.18%.

No obstante, Cusco ostenta grandes fortalezas en el sector agropecuario. Esta región surandina es la principal productora de cacao (fundamentalmente en la provincia de La Convención), té y achiote. Asimismo, es el segundo abastecedor de ganado ovino y de alpacas.

Los participantes expresaron su convencimiento de la necesidad de consolidar permanentemente las preferencias arancelarias del ATPDEA. Dos temas despertaron gran interés en la población cusqueña: el agro y las compras del Estado.

Al final de la jornada de difusión, el 64.2% de los participantes se manifestaron a favor de suscribir el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Asimismo, los participantes subrayaron las grandes oportunidades que ofrecería el TLC para el turismo.



Principales productos de Cuzco - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Cacao	6,182	TM	1ro	Agrícola
Té	4,164	TM	1ro	Agrícola
Achiote	3,366	TM	1ro	Agrícola
Ganado ovino	2,388,882	Unidades	2do	Pecuario
Alpacas	451,190	Unidades	2do	Pecuario

Fuente: INEI Elaboración CIE PERUCÁMARAS

«El TLC dinamizará la economía cusqueña y le permitirá recuperar el tiempo perdido»,

Samuel Gleiser Katz, presidente de PERUCÁMARAS.



AREQUIPA:

Competitivos sí o sí

La competitividad fue el tema preponderante a lo largo del desarrollo del Seminario Taller de Difusión del TLC con Estados Unidos en Arequipa, realizado el 21 y 22 de julio de 2004 por PERUCÁMARAS; la Cámara de Comercio de Lima; la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa (CCIA); y, el Gobierno Regional.

Este evento, que congregó a connotados empresarios, funcionarios y autoridades regionales, ciudadanos y estudiantes, sirvió de marco para sellar una alianza estratégica entre PERUCÁMARAS y la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa (CCIA).

Germán Freyre Castañeda, presidente de la CCIA enfatizó en la necesidad de cumplir con la agenda interna del país para aprovechar los beneficios del TLC con Estados Unidos. El pedido fue atendido por Mercedes Araoz Fernández, entonces directora ejecutiva del Consejo Nacional de Competitividad, quien dejó diseñados los Planes Operativos del Plan Nacional de Competitividad.

Arequipa, segunda ciudad del país con mayor dinamis-

mo económico, es la principal abastecedora de productos agrícolas, como el ajo, la alfalfa y la cebolla. Asimismo, su riqueza natural la convierte en el segundo departamento con mayor población de alpacas y su importante contribución minera la coloca en el cuarto lugar de las productoras de oro.

No obstante toda su riqueza, Arequipa aún tiene serias limitaciones que menguan su competitividad. El caso del agro es el más evidente. Según reveló Carlos Lozada García, director del Comité Agropecuario de la CCIA, de las 120 mil hectáreas cultivadas que posee Arequipa, sólo el 2% está vinculada a la agroexportación.

Otro aspecto que contribuye a frenar el desarrollo agro-exportador de Arequipa es la desarticulación de sus 80 mil agricultores, que poseen una producción atomizada. Los productos que tienen éxito en la exportación son el olivo, la páprika, la cebolla amarilla y la kiwicha.

Luego del certamen, el 80% de los participantes expresó su respaldo a la negociación del TLC con Estados Unidos.

Principales productos de Arequipa - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Ajo	32,769	TM	1ro	Agricola
Alfalfa	2,959,395	TM	1ro	Agricola
Cebolla	304,225	TM	1ro	Agricola
Alpaca	356,650	Unidades	2do	Pecuario
Oro	16,521	Kg Fino	4to	Minería

Fuente: INEI. Elaboración CIE PERUCAMARAS



«El trabajo en la competitividad del país contribuirá al éxito del TLC con Estados Unidos»,

Germán Freyre Castañeda, presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa.



CHICLAYO:

Sin aislamientos en un mundo globalizado

Para los lambayecanos el debate sobre el TLC con los Estados Unidos no debe politizarse y menos caer en una politización barata, toda vez que este Tratado beneficiará al país y particularmente a esa región norteña.

Este concepto se escuchó a lo largo de uno de los talleres más concurridos que se llevó a cabo en Chiclayo el 26 y 27 de agosto del 2004, en cuya organización trabajaron mancomunadamente la Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque, la Cámara de Comercio de Lima y PERUCÁMARAS.

Se remarcó que en un mundo globalizado no caben los aislamientos y las negociaciones deben responder a los intereses del país en su conjunto. Muchos expositores de la región después de reconocer que existen realmente temas sensibles como la agricultura, subrayaron, sin embargo, la conveniencia de concretar el Tratado.

Para Yehude Simon Munaro, presidente regional de Lambayeque, el departamento está desarrollando en los últimos años un evidente avance agroindustrial, como lo prueban las cosechas de mango, alcachofas, miel de abeja, algarrobina, limón y café orgánico, productos que tienen aceptación en el mercado norteamericano y en donde el TLC ofrecerá grandes oportunidades.

Recordó que Lambayeque es el segundo productor a nivel nacional de caña de azúcar y en similar posición está también respecto al mango, frijol castilla y limón. Este

último se está sembrando mucho en Motupe y Olmos y se procesa para su exportación como jugo, aceite especial y cáscara seca.

La agricultura se ubica en tercer lugar dentro de la infraestructura productiva de Lambayeque y es conjuntamente con los sectores de servicios y la manufacturera los que contribuyen al PBI de la región, el cual representa el 3.38% del total nacional.

Por otra parte, la agricultura tiene en esta región profundas raíces ancestrales que se remontan a la cultura Sicán, que se desarrolló entre los siglos VII y X de la era cristiana. La historia nos dice que los habitantes de estos territorios fueron grandes agricultores, no obstante la aridez de su geografía, ya que se trata del departamento con mayor extensión de costa (84%).

Frente al TLC, el evento alcanzó consensos en torno a las potencialidades exportadoras de la agroindustria, señalando que en el Tratado los capitales tanto regionales como extranjeros tendrán una gran opción. Por lo pronto, la infraestructura para el sector ya tiene cimientos valederos.

Al mismo tiempo, el intercambio de opiniones reveló que los chiclayanos han internalizado conceptos fundamentales como la integración de los mercados a nivel regional, nacional e internacional, desde la óptica descentralista mirando el TLC como una oportunidad para el desarrollo exportador.



Principales productos de Lambayeque - 2003					
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector	
Arroz cáscara	462,682	TM	1ro	Agrícola	
Caña de azúcar	2,444,064	TM	2do	Agrícola	
Frijol castilla	5,079	TM	2do	Agrícola	
Limón	52,838	TM	2do	Agrícola	
Mango	23,933	TM	2do	Agrícola	

Fuente: INEI Elaboración CIE PERUCAMARAS

«El TLC con EE. UU. es beneficioso, pero preocupa la agricultura y la propiedad intelectual. Sin embargo, no podemos dejar de negociarlo. El Perú no puede aislarse en un mundo globalizado».

Yehude Simon Munaro, presidente regional de Lambayeque.



IQUITOS:

Oportunidades por aprovechar

Iquitos guarda todavía su sabor de leyenda y el turismo que, junto con la madera de sus bosques, constituyen parte de sus grandes potencialidades para las cuales el Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos, actualmente en plena negociación, representa singulares oportunidades que si sabemos aprovecharlas impulsarán el desarrollo económico y social de esta ubérrima y postergada región.

Estas palabras resumen la jornada realizada en la ciudad de Iquitos donde el empresariado y la sociedad civil de la capital loretana tomaron profundo conocimiento no sólo del curso, sino también de los alcances del TLC. La cita realizada el 30 de setiembre y 1 de octubre del 2004 por PERUCÁMARAS, la Cámara de Comercio de Lima (CCL), el Consejo Empresarial de Negociaciones Internacionales (CENI) y la Cámara de Comercio de Loreto, reunió a más de 400 personas vinculadas al quehacer económico y productivo de la región oriental.

Aparte de las exposiciones sobre los alcances y las negociaciones en curso acerca del TLC, a cargo de destacadas personalidades y especialistas en materia de comercio exterior tanto del sector público como del privado, incluyendo al Gobierno regional y al municipal, lo más destacable fueron ciertamente los talleres sobre competitividad interna, donde se escucharon las voces de los loretanos sobre la realidad regional.

Tras escuchar las bondades y los desafíos, así como los riesgos del TLC en cuyo marco Loreto de acuerdo a sus potencialidades tiene que ubicar su oferta exportable, se

plantearon problemas puntuales de la selva amazónica; es decir, de una extensa región que abarca prácticamente la tercera parte del territorio nacional y que, sin embargo, apenas representa un aporte de aproximadamente el 2.51% al PBI del país.

En este contexto se propuso, por ejemplo, para la falta de productividad la necesidad de propiciar, en primer lugar, el manejo sostenible de los recursos naturales, buscando pasar de una actividad extractiva a una fase reproductiva. Establecer, asimismo, una zonificación ecológica económica, planificando la mejor utilización de los terrenos aptos para la actividad agrícola y agroindustrial. Loreto ocupa el primer lugar en la producción de plátanos, yuca y guayaba, pero también tiene otros frutos exóticos que ofrecen ahora gran futuro por la tendencia de las sociedades modernas a volver los ojos hacia la naturaleza.

Desde el punto de vista empresarial, en los talleres se subrayó la necesidad de fomentar un esquema público y privado que genere garantías financieras para obtener el capital de trabajo que se requiere. También se puso mucho énfasis en la urgencia de instituir un sistema adecuado de supervisión de la asignación de los recursos provenientes del canon e iniciar un proceso de simplificación administrativa, particularmente en los trámites de licencia de explotación de recursos naturales.

Naturalmente la problemática de la selva es rica en urgencias y los talleres remarcaron las derivadas de la falta de infraestructura y de la necesidad de crear un banco de datos genéticos de recursos naturales.

Principales productos de Loreto - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Guayaba	1,794	TM	1ro	Agrícola
Plátano	342,459	TM	1ro	Agrícola
Yuca	363,616	TM	1ro	Agrícola
Madera aserrada	122,836	M3	2do	Forestal
Pepino	1,839	TM	2do	Agrícola

Fuente: INEI. Elaboración CIE PERUCÁMARAS



«El TLC con Estados Unidos es una gran oportunidad para la actividad forestal y el turismo de Iquitos».

Guillermo Zender Urbina, past presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Loreto.



ICA:

La meca de las agroexportaciones

El Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos constituye una importante oportunidad de desarrollo y crecimiento para Ica, que contribuye con el 65% de las agroexportaciones nacionales. Contundente fue la conclusión del Seminario Taller de Difusión del TLC con Estados Unidos en Ica, realizado el 13 y 14 de octubre de 2004.

La realización de este evento estuvo a cargo de PERUCÁMARAS; la Cámara de Comercio de Lima; la Cámara de Comercio de Ica; la Cámara Chinchana de Comercio, Industria, Turismo, Servicios y Agricultura; la Cámara de Comercio y Producción de Pisco; y, la Cámara de Comercio de Nasca.

Sin duda, este evento permitió conocer la exitosa evolución de las exportaciones iqueñas, lo que la convierte en la región modelo del sector. Las cifras son por demás elocuentes: en el 2003, Ica exportó 11 mil toneladas de espárragos, 468 toneladas de alcachofa, 1,063 toneladas de páprika, 869 toneladas de cebolla amarilla, 9,000 toneladas de uva de mesa y 2,325 toneladas de mandarina, entre otros.

El potencial agrícola de Ica es impresionante. Actualmente es el principal productor de algodón rama, tomate y uva. Asimismo, ocupa el segundo lugar en la producción de espárrago y en el rubro pecuario se coloca como el cuarto principal productor de aves.

No obstante, también se escucharon llamados de alerta: alrededor del 7% del área agrícola pertenece a las MYPE,



las cuales tienen mayores limitaciones para exportar debido a su escasa tecnología y falta de financiamiento. Asimismo, otro problema de urgente solución es la falta de agua en el departamento.

Por su parte, Vicente Tello Céspedes, presidente del Gobierno Regional de Ica, refirió que Ica, al registrar el mayor dinamismo y crecimiento agroexportador del país, representaba la región que genera más puestos de trabajo. Aseguró que ello es fruto del esfuerzo del sector privado de Ica, así como de algunas ventajas de esta región, como su alto coeficiente de electrificación (80%).

Luego de la jornada de difusión, el 88.5% de los asistentes se mostró de acuerdo con la negociación del Tratado de Libre Comercio.



Principales productos de Ica - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Algodón rama	72,775	TM	1ro	Agrícola
Tomate	66,422	TM	1ro	Agrícola
Uva	59,588	TM	1ro	Agrícola
Espárrago	75,817	TM	2do	Agrícola
Aves	5,448	Miles	4to	Pecuario

Fuente: INEI - Elaboración CIE PERUCÁMARAS

«La firma del TLC con Estados Unidos implicará que el sector agrícola cuente con un programa de desarrollo adicional, que le permita ser competitivo a futuro»,
Alvaro Quijandría Salmón, ex Ministro de Agricultura.



TACNA:

Agroindustria para el mundo

El TLC con Estados Unidos se presenta como una oportunidad para desarrollar la actividad agroindustrial de Tacna, que tiene una extraordinaria producción de aceitunas, orégano, páprika y cebolla amarilla. Tacna contribuye con el 83% del orégano del país y tiene el 37% de plantaciones de olivo a nivel nacional.

Sin embargo, pese a la riqueza agrícola de la zona, Tacna sólo utiliza el 17% del área cultivable de su jurisdicción, que bordea las 80 mil hectáreas.

Tales aspectos se analizaron y debatieron durante el Seminario Taller de Difusión del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, que realizaron el 1 y 2 de diciembre de 2004 PERUCÁMARAS y su asociada la Cámara de Comercio, Industria y Producción de Tacna.

Este departamento ocupa el segundo lugar entre los productores de cobre del país; y es el tercer productor de pera, ají e higo.

El certamen contó con la participación del empresariado de la Macro Región Sur, pues en él se dieron cita Guillermo Martorell Sobero, presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Producción de Tacna; Víctor Madariaga Ancieta, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Puno; Virgilio Téllez Ochoa, presidente de la Cámara de Comercio de San Román – Juliaca; Antonio Nunez del Prado Salerno, presidente de la Cámara de Comercio de Mollendo; y, Oscar Cahuana Arisaca, presi-

dente de la Cámara de Comercio de Moquegua.

Un tema de especial interés para el empresariado tacneno fue el referido al futuro de la Zona Franca de Tacna en el marco del TLC con Estados Unidos. La exposición estuvo a cargo del Dr. José Ezeta Carpio, asesor externo de la Zofra Tacna, quien sostuvo que para que la Zona Franca no quede excluida de los beneficios del TLC con EE. UU. se debe elaborar una nueva ley de la Zofra Tacna. Dicha norma no debe incluir exoneraciones a la exportación.

El especialista refirió que en el caso de la Zofra Tacna no se podría tomar como modelo a seguir la experiencia con el CAFTA, pues si bien en el documento final EE. UU. aceptó que la producción de las Zonas Francas centro-americanas ingrese con beneficios, lo hizo bajo la condición de que las Zonas Francas estén en orden con la Organización Mundial de Comercio y hasta enero del 2009.

Sin embargo, en 1995, cuando nos acogimos a la OMC y aceptamos sus acuerdos, el Perú ni denunció cuáles eran los subsidios que pedía que se mantengan (como lo hicieron la gran mayoría de países en desarrollo, que las mantienen vigentes hasta ahora) ni existía la Ley de la Zona Franca de Tacna, que se creó en el 2002 y, en consecuencia, violenta los compromisos asumidos al ingresar a la OMC.

Al finalizar el evento, la aprobación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos se incrementó de 17.02% a 65.52% entre los participantes.

Principales productos de Tacna - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Cobre	190,127	TM Fino	2do	Minería
Pera	1,131	TM	3ro	Agrícola
Ají	5,709	TM	3ro	Agrícola
Higo	365	TM	3ro	Agrícola
Orégano	92	TM	4to	Agrícola

Fuente: INEI. Elaboración CIE PERUCÁMARAS



«Un TLC bien negociado impulsara el desarrollo de la Macro Región Sur del país y especialmente el de Tacna»,

Guillermo Martorell Sobero, presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Producción de Tacna.



AYACUCHO:

Infraestructura para vender al mundo

El apoyo a la firma del Tratado de Libre Comercio y la promoción del desarrollo de la economía regional sobre la base del fortalecimiento de la actividad empresarial y de vitales inyecciones de inversión privada, fueron las principales conclusiones del Seminario Conceptos y Avances de la Negociación del TLC con Estados Unidos, que organizó PERUCÁMARAS y su asociada la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ayacucho, el 17 y 18 de febrero de 2005 en la ciudad de Huamanga, y que congregó a alrededor de 500 ayacuchanos, entre empresarios, estudiantes y ciudadanos.

Durante su participación, Omar Quesada Martínez, presidente regional de Ayacucho, manifestó que en vista a que Estados Unidos mantiene subsidios agrícolas, el Perú está en su legítimo derecho de proteger su agricultura, por ser la mayor fuente generadora de empleo, estableciendo mecanismos compensatorios y correctivos a esta práctica de comercio internacional.

Por su parte, Jesús Quispe Ramos, presidente de la



Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ayacucho, a manera de conclusión refirió que Ayacucho respalda la suscripción del TLC con Estados Unidos, siempre y cuando se protejan los derechos de propiedad de los recursos naturales y se busque una solución justa al tema agrícola.

Este departamento que posee altos niveles de pobreza, tiene entre sus principales productos de exportación al café sin descafeinar y sin tostar (46.52% del total de sus exportaciones), cacao en grano, entero o partido (52.71%) y tablillas y frisos para parquet (0.78%). En esos tres productos, las exportaciones ascienden a US\$ 1'291,780.

El potencial de Ayacucho se concentra en el sector agropecuario. Este departamento es el principal productor de cochinilla y ocupa el segundo lugar en la producción de cacao, tunas y ganado caprino. Asimismo, es el cuarto departamento con mayor población de llamas.

El evento permitió que se incrementara la aprobación del TLC entre los participantes, del 40.57% al 69.74%.



Principales productos de Ayacucho - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Cochinilla	103,825	Kg	1ro	Pecuario
Cacao	5,722	TM	2do	Agrícola
Ganado caprino	260,646	Unidades	2do	Pecuario
Tuna	13,681	TM	2do	Agrícola
Llamas	128,356	Unidades	4to	Pecuario

Fuente: INEI Elaboración CIE PERUCAMARAS

«Para aprovechar el TLC con Estados Unidos, Ayacucho necesita modernizar su infraestructura vial»,

Jesús Quispe Ramos, presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Producción de Ayacucho



TARAPOTO:

Impulso al desarrollo amazónico

Una política tributaria adecuada a fin de optimizar las leyes promotoras de la inversión, permitirá a San Martín aprovechar el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Esa fue la principal conclusión del Seminario Taller que organizó PERUCÁMARAS en coordinación con la Cámara de Comercio y Producción de Tarapoto el 16 y 17 de marzo de 2005.

Dicho planteamiento está centrado en una necesaria revisión de la Ley de la Amazonía, así como a la optimización del marco tributario que debe estar estrechamente vinculado con el marco legal de la regionalización y la descentralización.

Durante su exposición, Julio Cárdenas Sánchez, presidente regional de San Martín, refirió que el TLC con Estados Unidos representa una gran oportunidad para acelerar el desarrollo regional. Recordó que hace 30 años el Perú y lugares como Hong Kong o Corea del Sur registraban el mismo nivel de exportaciones; sin embargo, el Perú está rezagado, pues sus ventas al exterior bordean los 13 mil millones de dólares, mientras que las otras naciones han crecido por encima de los US\$ 200 mil millones.

San Martín posee tierras ubérrimas en flora y fauna. Por ello no sorprende que sea la principal productora de palma aceitera y café. Asimismo, se coloca en segundo lugar entre los productores de papaya y ocupa el tercer puesto entre los departamentos productores de plátano y arroz cáscara.

Al finalizar el evento la aprobación de Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos entre los asistentes al certamen se incrementó de 64.29% al 72.07%.

Principales productos de San Martín - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Palma Aceitera	157,941	TM	1ro	Agrícola
Café	30,684	TM	1ro	Agrícola
Papaya	39,939	TM	2do	Agrícola
Plátano	280,147	TM	3ro	Agrícola
Arroz Cáscara	236,179	TM	3ro	Agrícola

Fuente: INEI. Elaboración CIE PERUCAMARAS



«El TLC con Estados Unidos es una gran oportunidad para recuperar el tiempo perdido respecto al desarrollo de nuestro comercio exterior».

Julio Cárdenas Sánchez, presidente regional de San Martín.



JAÉN:

El circuito del arroz y del café

Conocida como el «circuito del arroz y del café», la zona de Jaén y San Ignacio en el departamento de Cajamarca espera que la suscripción del TLC con los Estados Unidos se concrete este año, para de esta manera promover e impulsar con miras a la exportación las actividades agrícolas y ganaderas en la región.

Jaén y San Ignacio, conjuntamente con Cajamarca, son las provincias que tienen la mayor cantidad de tierras irrigadas de toda la región. Dichas potencialidades fueron analizadas en el Seminario Taller de difusión del TLC con Estados Unidos que realizó el 5 y 6 de mayo del 2005 PERUCÁMARAS en coordinación con su asociada la Cámara de Comercio, Agricultura e Industria de Jaén.

El TLC tiene en esta parte de Cajamarca una aprobación que llega al 67% del empresariado, según la encuesta realizada tras el certamen.

En la cita se puso énfasis en las potencialidades de la zona, como lo subrayó Jorge Sánchez Tafur, presidente de la Cámara de Comercio, Agricultura e Industria de Jaén.



En efecto, además del ámbito agrícola donde sobresalen el arroz, café, maíz amarillo, plátano, yuca, limón, mango, entre otros, el sector forestal tiene igualmente un potencial que supera las 200 mil hectáreas de bosques. El turismo se viene incrementando gracias a su ubicación dentro del Circuito Turístico Norte, conformado por La Libertad, Lambayeque, Cajamarca y Amazonas.

Asimismo, el certamen contó con la participación de la Sra. Hilda Arellano, Directora Nacional de USAID, quien se refirió al impacto favorable que tendría el TLC para el desarrollo de las pequeñas y micro empresas peruanas.

La zona de Jaén y San Ignacio es parte de un eje vial que requiere con urgencia su implementación definitiva, como es la carretera Olmos – Corral Quemado que integrará el circuito comercial más importante del nor-oriental al conectarse con la carretera marginal de la selva, y que alcanzará una verdadera y expectante articulación comercial con cadenas productivas que ya se vislumbran actualmente.



«El Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos debe negociarse con visión a futuro y para ello debe considerarse a las micro y pequeñas empresas (MY-PEs), las principales generadoras de empleo en el Perú»,

Hilda Arellano, Directora Nacional de USAID,



HUANCAYO:

Confianza en su potencial exportador

Huancayo es un verdadero polo de desarrollo en la sierra central del país. Ubicada en el fértil valle del Mantaro, su actividad turística y comercial es notable, hecho que, a la luz de las perspectivas de un TLC con los Estados Unidos, ha reafirmado la confianza de los sectores productivo, empresarial y académico en el potencial exportador de la región.

Es así que una encuesta realizada en ese universo con ocasión del Seminario Taller de difusión del TLC que organizó PERUCÁMARAS y su asociada la Cámara de Comercio, Agricultura y Producción de Huancayo, realizado el 27 de mayo del año en curso, arrojó la alta aprobación del Tratado con un contundente 75% y un magro 11% en contra, mientras que los indiferentes suman un porcentaje menor aún equivalente al 7%.

Después del evento y concluidos los talleres colmados de público asistente, en los cuales destacados especialistas explicaron ampliamente los alcances del TLC la opinión generalizada, según se pudo comprobar, es que la situación económica de la región mejorará ostensiblemente con la firma del Tratado.

Es conveniente remarcar que los eventos de Huancayo pusieron de manifiesto la necesidad de trabajar decididamente en el fomento y la consolidación de la

agroexportación para beneficiarse del TLC, toda vez que la región tiene en el sector agrícola verdaderos productos bandera como la alcachofa, que se ha ubicado en Junín como el segundo cultivo más importante a nivel nacional.

El potencial agroexportador de la región incluye también frutales, entre los cuales figura la naranja (primer productor a nivel nacional). También cultiva piña, café y arvejas. En algún momento se dijo que Junín era «la despensa de Lima» con la apertura de los valles de ceja de selva a través de las carreteras.

Al margen de la imagen de región minera que tiene por albergar a uno de los complejos minero metalúrgicos más grandes del mundo en La Oroya, la agricultura así como el turismo y la artesanía ofrecen en conjunto grandes perspectivas y se proyectan como las actividades de gran futuro, porque la mayor parte de territorio es selva alta y apta para la agricultura.

La participación de Junín en el PBI nacional representa sólo el 3.7%, que es un indicador claro del centralismo que padece el país y las distorsiones de la recaudación tributaria. El empresariado regional ha expresado su seguridad de que el TLC con los Estados Unidos acelerará el desarrollo de la zona.

Principales productos de Junín - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Naranja	139,225	TM	1ro	Agrícola
Alcachofa	4,356	TM	2do	Agrícola
Ganado ovino	1,203,470	Unidad	3ro	Pecuario
Café	28,876	TM	4to	Agrícola
Zinc	159,858	TM Fino	4to	Minero

Fuente: INEI. Elaboración CIE PERUCAMARAS



«Es necesario fomentar y consolidar la agroexportación para beneficiarse del TLC, pues existen productos bandera como la alcachofa»,

Jesús Capcha Carbajal, presidente de la Cámara de Comercio de Huancayo.



ANCASH:

62% de producción exportable

El Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos constituye una gran oportunidad para el desarrollo departamental de Ancash, pues representa una gran oportunidad para iniciar la reconversión del agro de la sierra.

Quien esboza estos planteamientos es ni más ni menos que Ricardo Narvárez Soto, presidente regional de Ancash, durante su participación en el Seminario de difusión del TLC con EE.UU. que realizaron el 7 y 8 de julio de 2005 PERUCÁMARAS en alianza con su asociada la Cámara de Comercio de Huaraz.

Ancash posee una gran variedad de pisos ecológicos, lo cual le da un potencial competitivo muy grande, siempre y cuando se acompañe de una adecuada capacitación y un cambio de mentalidad del campesino.

Si bien la agricultura de la sierra tiene desventajas frente a la de la costa, que se destina a la agroexportación, también hay experiencias exitosas en las zonas andinas, como es el caso de la alcachofa. En solo unos años, en Ancash existen más de 300 hectáreas en el Callejón de Huaylas, destinadas a alcachofa de exportación.

Asimismo, Jaime García Díaz, consultor internacional, manifestó que a la fecha, el 62% del volumen de la producción agrícola de este departamento (792 Toneladas Métricas) ya se vende al exterior o es posible exportarse.

Entre dicha producción destaca el azúcar, el marigold, la cebolla, el espárrago y el mango, entre otros.

Refirió que sólo el 9% del volumen agrícola (118 TM) está afectado por la ayuda que Estados Unidos da a sus agricultores. Ese es el caso del maíz amarillo duro, el trigo y el algodón. El 29% restante pertenece a productos que tienen problemas internos, ajenos a la coyuntura internacional, como la sobreproducción y consecuentes bajos precios (papa, alfalfa, camote, entre otros).

Por su parte, Jorge Ramírez Rodríguez, presidente de la Cámara de Comercio de Huaraz, informó que una de las conclusiones del taller de competitividad es impulsar la concesión de las vías de comunicación para comercializar la producción departamental. El líder gremial explicó que debe construirse la carretera Huaraz-Casma. Asimismo, planteó la rehabilitación de la vía Huaraz-Huallanca-Chimbote, además de las vías de penetración hacia la selva con miras a la integración con Brasil.

El porcentaje de aprobación entre los participantes del seminario se incrementó en 10 puntos porcentuales luego del certamen. El nivel de respaldo a este acuerdo comercial pasó de 65.18% a 74.52%. Asimismo, el nivel de desaprobación se redujo de 34.82% a 23.74%.



Principales productos de Ancash - 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Cobre	269,029	TM Fino	1ro	Minero
Camote	26,051	TM	2do	Agrícola
Oro	28,512	Kg Fino	2do	Minero
Ganado caprino	194,478	Unidades	3ro	Pecuario
Ganado porcino	172,203	Unidades	4to	Pecuario

Fuente: INEI Elaboración CIE PERUCAMARAS

«Sólo aprovecharemos nuestras tierras sembrando productos nuevos y rentables. Por ello, debemos ver al TLC con mucho optimismo»,
 Ricardo Narvárez Soto, presidente regional de Ancash.



CAJAMARCA:

Oportunidad para las PYME

El libre comercio se presenta como la única salida que tiene Cajamarca para superar la pobreza y generar desarrollo. Por ello, el Seminario Taller de difusión de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, realizado el 8 y 9 de octubre de 2005, concitó gran interés entre la sociedad cajamarquina, que es conocedora de las ventajas y potencialidades en agricultura, minería y turismo.

El certamen, que fue organizado por PERUCÁMARAS y su asociada la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, permitió analizar el futuro agroexportador de Cajamarca, sector en el cual posee una dinámica producción, principalmente en leche y café.

Además de ser la principal productora de oro del país, Cajamarca ocupa el primer lugar entre las regiones con mayor población de ganado lechero. También se coloca en segundo lugar en la producción de café, ajo y chirimoya.

Para el presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, Horacio Gálvez Villanueva, el TLC con Estados Unidos representa una gran oportunidad de desarrollo para las PYME.

A su turno, Jaime García Díaz, catedrático de la Universidad de Lima, manifestó en su exposición que Cajamarca cuenta con importantes reservas de minerales metálicos, como cobre, oro. El auge minero se evidencia con la presencia de 32 empresas realizando exploraciones en 700 mil hectáreas denunciadas.

Asimismo, María Elena Rojas, funcionaria del Ministerio de Agricultura, refirió que según el Plan Estratégico Exportador de Cajamarca los principales productos agrícolas son el café, el cacao, la tara, la alcachofa y los lácteos. Para ello, agregó, debe implementarse acciones multisectoriales y por producto. Asimismo, manifestó la urgencia de definir y ejecutar un Plan Regional de Competitividad.

El evento generó un cambio de actitud favorable al libre comercio entre los asistentes, pues la aprobación del TLC con EE. UU. se incrementó del 61.04% al 74.58%.

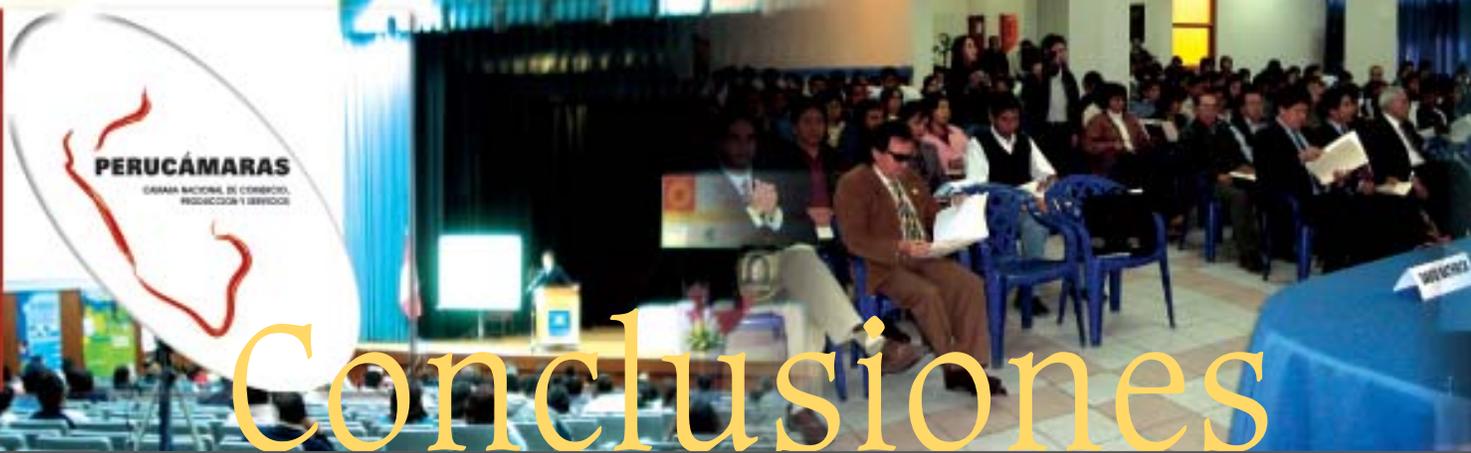
Principales productos de Cajamarca- 2003				
Producto	Producción	Unidad	Puesto nacional	Sector
Ganado lechero	102,218	Unidades	1ro	Pecuario
Oro	89,025	Kg fino	1ro	Minero
Café	30,380	TM	2do	Agrícola
Ajo	9,074	TM	2do	Agrícola
Chirimoya	3,544	TM	2do	Agrícola

Fuente: INEI. Elaboración CIE PERUCÁMARAS



«El TLC con Estados Unidos representa una oportunidad para la pequeña y microempresa, para lo cual primero debe trabajarse en la conformación de clusters a través de la asociatividad»,

Horacio Gálvez Villanueva, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca,



Las jornadas de difusión del Tratado de Libre Comercio en diversas localidades del país, permitió conocer planteamientos de la sociedad civil dirigidos a diseñar y desarrollar la agenda interna que debe cumplir el país, a fin de elevar sus estándares de competitividad y así maximizar los beneficios de la apertura comercial.

Las propuestas fueron recogidas en los talleres ejecutados en 14 ciudades y, fundamentalmente, giraron en torno a tres temas principales: la agricultura, la competitividad y el turismo.

En cada ciudad, las conclusiones tuvieron particularidades y pedidos específicos, especialmente en el caso del agro y de la mejora en infraestructura vial; sin embargo, hubo coincidencias en las propuestas para solucionar los principales problemas que afectan la producción nacional.

AGRICULTURA:

Apuntes para mejorar la producción de exportación

- Incentivar la organización de productores por rubros, de acuerdo a su potencialidad, para desarrollar planes de trabajo y superar el problema de la producción atomizada resultante de los minifundios. Sólo así se contaría con la oferta productiva necesaria para el mercado nacional e internacional. Las mesas de diálogo y concertación con visión de mercado pueden contribuir a alcanzar esta meta.
- Potenciar los actuales mecanismos de financiamiento para productores organizados a través de Fondos de Garantía, que se obtienen de diversos recursos como el canon minero y de los apoyos de programas de responsabilidad social que otorgan las empresas. Dicho fondo permitiría que se flexibilicen las normas y tasas de la banca privada. Asimismo, privilegiar la consolidación de las cadenas productivas, de manera que de contar los productores organizados con contratos de venta a futuro, estos puedan ser presentados a los sistemas bancarios privados como garantía de pago.
- Agilizar y continuar con el programa de titulación de tierras. Asimismo, es necesario legislar respecto al tamaño mínimo que debe tener una propiedad rural para que sea productiva económicamente.
- Elaborar mecanismos de apoyo conjunto del Estado, sector privado y cooperación internacional a efectos de modernizar el agro con transferencia tecnológica y capacitación.



Ayacucho

- Crear un fondo de garantía agrícola para riesgos climáticos (seguro agrario). Asimismo, desarrollar productos financieros accesibles al sector productivo.
- Enfatizar en la capacitación en producción para exportación, para lo cual podría fomentarse una alianza con el sector académico y el empresariado.

Tarapoto

- Diseñar sistemas de protección que garanticen el desarrollo de un mercado justo.
- Concluir el ordenamiento territorial, orientado a lograr la soberanía y seguridad alimentaria.

Jaén

- Diseñar programas de protección a productos sensibles de la provincia, como el arroz, el maíz y la leche.
- Mantener los incentivos tributarios a la región.
- Impulsar el manejo tecnificado de los recursos hídricos.

Huancayo

- Implementar un sistema que ofrezca incentivos tributarios y flexibilidades a los empresarios, tal como los subsidios en Estados Unidos a sus sectores productivos y barreras de mercado para proteger al microempresario de la competencia internacional.
- Diseñar la planificación integral por pisos ecológicos, cuencas hidrográficas y defensa de la frontera agrícola.
- Crear CITES en agroindustria, piscicultura y transformación de la madera.
- Impulsar el acceso de las microempresas a sistemas de normatividad de sus procesos y produc-

tos, buscando la estandarización y certificación óptimas para trabajar en cadenas productivas.

Huaraz

- Utilizar un porcentaje de los recursos de los gobiernos locales que se obtienen del canon minero para programas de capacitación y asistencia técnica. Debe invertirse menos en asistencialismo y más en extensionismo.
- Priorizar inversión pública en proyectos productivos, como infraestructura de riego para dotar de agua a la Cordillera Negra y reorientar la administración en la Cordillera Blanca, donde existe disponibilidad de este recurso. Esto mismo sucede en la zona de Conchucos.
- Promover talleres para mejorar calidad y cantidad de productos para agroexportación, como la alcachofa, el espárrago, el mango, la lúcuma, la páprika, flores, el marigold, y la tara, entre otros.

Cajamarca

- Desarrollar una propuesta legislativa para aplicar el IGV o IVA al producto nacional (4% + 1%).
- Generar un espacio de coordinación entre PROMPEX, PROMPYME, MINAG e INDECOPI para mejorar los servicios de información, a través de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.
- Generar un fondo con autogravamen (o similar) a productores agrarios y agroindustriales organizados, deducibles como entidades perceptoras de tributos como gastos, con aporte de contrapartida del Gobierno Regional para la inversión agraria y promoción y transferencia.
- Generar programas para Buenas Prácticas Agrícolas, Buenas Prácticas de Manufactura y Sistemas de Calidad.



COMPETITIVIDAD:

Urge infraestructura y eliminar sobrecarga tributaria

- Desarrollar las capacidades fomentando una cultura empresarial desde la etapa escolar, pues una fuerza empresarial sin preparación da como resultado una mala gestión en la producción nacional.
- Reducir la elevada presión tributaria en una pequeña base tributaria, que además es afectada por sobrecostos laborales e impuestos antitécnicos. Diseñar estrategias efectivas para ampliar la base tributaria y formalizar a un mayor número de empresas.
- Que el Estado (Gobiernos regionales y locales) cumpla con su rol facilitador de la inversión privada y del desarrollo de proyectos productivos sostenibles, cuidando la preservación del medio ambiente. Simplificar los trámites para iniciar un negocio.
- Concesionar las vías de comunicación que se requieren para la salida de la producción de forma rápida y adecuada hacia los mercados.
- Fomento y creación de centros de estandarización y control de calidad, en alianza entre el sector público y privado.
- Promover la consolidación de cadenas productivas a través de la asociatividad en los distintos eslabones de la cadena de articulación comercial, así como difundir experiencias exitosas de asociatividad.

Tacna

- Optimizar la infraestructura portuaria, teniendo los ejes modales que significan los puertos de Ilo y Matarani

en Mollendo, por donde va a pasar la Carretera Interoceánica. Reducir los sobrecostos de operación de los puertos peruanos, en relación a los puertos chilenos. Mejoramiento y expansión del aeropuerto Carlos Ciriani.

- Asfaltar el eje vial Tacna-Collpa-La Paz para integrar esta área a la zona sur de Brasil a través de Mato Grosso y aprovechar las ventajas comparativas y competitivas que se generarían de concretarse esta obra de infraestructura vial.
- Aprovechar las cadenas productivas para contrarrestar el problema de infraestructura hidráulica, toda vez que hay una carencia de agua que conlleva a un déficit de los servicios básicos y al poco impulso de la agricultura.
- En cuanto a la Zona Franca de Tacna, se requiere una reconversión industrial con miras a acondicionarla para la exportación de productos. Esto pasa por un proceso de dar valor agregado a los productos y también por la conformación de cadenas productivas para llegar a un producto final, amarrado a un crédito financiero y a la oferta exportable.

Ayacucho

- Asignar mayor inversión para la rehabilitación, mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura vial. Reemplazar el proyecto asistencialista Pro Perú (ahora Juntos) por inversión en infraestructura vial.
- Presupuestar más inversión para el mejoramiento de la infraestructura productiva en general.



Tarapoto

- Promover la emisión de una Ordenanza Regional para otorgar concesiones en mantenimiento de carreteras, con garantías jurídicas para las mismas.
- Buscar financiamiento para los planes viales concertados de la región.
- Dotar de electricidad al mayor número de provincias en San Martín. Buscar financiamiento para la interconexión a la red nacional, tramo faltante Bellavista - Tocache.
- Impulsar una política tributaria y arancelaria adecuada y optimizar las leyes para la inversión. Es urgente la revisión de la Ley de la Amazonía. También se debe consolidar el marco legal de la regionalización y la descentralización. La sociedad civil debe ser considerada en la elaboración de las leyes.

Jaén

- Crear un banco de proyectos para la exportación.
- Impulsar el establecimiento de consorcios empresariales para la exportación al mercado interno y externo.

Huancayo

- Construir carreteras de integración con departamentos que tengan puertos marítimos; mejorar la carretera central e implementar y poner en operatividad el aeropuerto de Jauja.
- Construir el gasoducto Lurín – La Oroya – Huancayo.
- Mejorar las vías de acceso y apertura de otras para el traslado de productos y materias primas en el Valle del Mantaro.

Huaraz

- Definir la construcción de la carretera Huaraz-Casma, rehabilitar la vía Huaraz-Huallanca-Chimbote, así como las vías de penetración hacia la selva con miras a la integración con Brasil.
- Potenciar los puertos de la región (principalmente el de Chimbote), adecuándolo para la agroexportación (contenedores y contar con sistema de refrigeración) y concesionar el aeropuerto de Anta.

Cajamarca

- Los empresarios deben capacitar a sus trabajadores en las labores que realizan y explicarles todo el proceso productivo de la empresa. Utilizar las capacidades de centros de instrucción y capacitación, como SENATI, SENCICO, Institutos Tecnológicos, laboratorios de la Universidad Nacional de Cajamarca y universidades privadas, plantas de mantenimiento de Minera Yanacocha, utilizando a la Cámara de Comercio como institución gremial del empresariado cajamarquino.
- Asfaltar el tramo de San Marcos a Cajabamba, que permita la integración del valle de Condebamba, que es productor de frutas (palta, uva, cítricos, aguaymanto, caña de azúcar, etc).
- Asfaltar el corredor Cajamarca- Bambamarca-Chota, que permitirá el acceso a valles productores agrícolas y ganaderos.
- Mejorar la carretera Chota-Jaén, a fin de ir creando las condiciones del eje vial departamental.
- Desarrollar áreas boscosas (tipo Granja Porcón), que permitan el acopio de agua en tiempo de lluvia y apoyar el programa «Cosecha Agua».



TURISMO:

Preparar nuevos destinos

- Desarrollar Planes Estratégicos Turísticos, involucrando a todos los actores de la actividad turística; basados en la «realidad concreta», con la finalidad que sean «ejecutables», «factibles» y no solo se queden en documento.
- Creación de organismos estatales de certificaciones de calidad turística.
- Desarrollar nuevos destinos turísticos, aprovechando el gran potencial turístico natural y cultural de la Región, orientado a las nuevas tendencias del turismo.
- Organizar a las comunidades para que pongan al servicio del turismo sus actividades económicas tradicionales (agricultura, ganadería, textilera), así como usos y costumbres.
- Promover las concesiones de las fuentes termomediales.
- Capacitar a los artesanos para que desarrollen nuevos productos de artesanía.

Ayacucho

- Poner en valor el yacimiento arqueológico de Wari, con énfasis en la investigación y excavación a gran escala.
- Promover el turismo a nivel interno y externo de los principales atractivos de la región, en especial de Wari y los bosques de Puya Raymondi.
- Construir vías asfaltadas que faciliten la accesibilidad a Cusco (implementando el corredor Wari-Chanca-Inca), Huancayo, VRAE y al Sur de la Región.
- Mejorar el Aeropuerto de Ayacucho, incluyendo el reasfaltado de la pista de aterrizaje.

Jaén

- Asignar recursos a la Dirección Subregional de Comercio Exterior y Turismo con sede en San Ignacio.
- Comprometer a la empresa para que su participación sea mas activa en el sector turismo.



Huancayo

- Crear CITES en artesanías (joyería y platería), confección, transformación de la madera y metal mecánica en el Valle del Mantaro.
- Que la estación ferroviaria de Huancayo sea un Centro Internacional de Artesanías, de Turismo, Cultura y Folklore, así como que tenga un salón de estampas y bailes tradicionales con bancos, restaurantes, agencias de viajes y vitrinas de souvenirs para la venta.
- Crear un Plan Estratégico de difusión turística de Junín evaluable y medible hacia los Estados Unidos, con la participación de la Cámara de Comercio, el Municipio de Huancayo, el Gobierno Regional y Mincetur.

Huaraz

- Desarrollar proyectos de turismo vivencial, de la misma forma que lo vienen haciendo en el Cusco, Cajamarca, Chiclayo, dirigidos por PROMPERÚ y con la ayuda de la Unión Europea.
- Desarrollo de programas de capacitación promovidos por los Gremios del sector turístico y con auspicio de la inversión pública y privada.
- Ampliar el ámbito del proyecto «Fortalecimiento Integral del Turismo» (a cargo del Viceministerio de Turismo) hacia la región Ancash, puesto que este solo se está desarrollando en 3 regiones de nuestro país, y su fin es capacitar a todos los actores de la actividad turística.

Cajamarca

- Definición de marca turística basada en la identidad ligada al Corredor Nor-Oriental.
- Desarrollar productos de turismo de salud, teniendo como recurso las fuentes termominerales (Baños del Inca y Yumagual en San Juan). Asimismo, replicar casos exitosos en turismo vivencial, como la Granja Porcón. Para ello se debe organizar a las comunidades.



Sumario

Presentación	3
La cruzada regional por la difusión del TLC	4
Piura: Palanca para las exportaciones	4
Juliaca: El Altiplano y el libre comercio	5
Cusco: Derribando mitos en la capital Inca	6
Arequipa: Competitivos sí o sí	7
Chiclayo: Sin aislamientos en un mundo globalizado	8
Iquitos: Oportunidades por aprovechar	9
Ica: La meca de las agroexportaciones	10
Tacna: Agroindustria para el mundo	11
Ayacucho: Infraestructura para vender al mundo	12
Tarapoto: Impulso al desarrollo amazónico	13
Jaén: El circuito del arroz y del café	14
Huancayo: Confianza en su potencial exportador	15
Ancash: 62% de producción exportable	16
Cajamarca: Oportunidad para las PYME	17
Conclusiones	18
Agricultura: Apuntes para mejorar la producción de exportación	18
Competitividad: Urge infraestructura y eliminar sobrecarga tributaria	20
Turismo: Preparar nuevos destinos	22



PERUCÁMARAS: EN LA RUTA DE LA MODERNIDAD

En un mundo que transita por las vías de la globalización, en el cual la competitividad es una exigencia para empresas e instituciones de toda índole, pero particularmente para las vinculadas al desarrollo económico y social, resulta imprescindible la innovación tecnológica.

Así lo entiende la Cámara Nacional de Comercio, Producción y Servicios (PERUCÁMARAS), cuya misión se centra en el fortalecimiento institucional y por ello trabaja de manera conjunta con sus más de 60 cámaras de comercio asociadas, en la implementación de programas destinados a facilitar la vinculación empresarial regional, la capacitación de los recursos humanos y la creación de nuevas oportunidades de negocios.

La reciente implementación de su **Plataforma Tecnológica Empresarial** ha colocado a PERUCÁMARAS en la ruta de la modernidad, sentando las bases del cambio en materia de servicios. Se trata de un **sistema** que utiliza Internet para interconectarse desde y entre las cámaras de comercio de todo el país, mediante módulos de programas específicos destinados a mejorar y ampliar la cobertura de una gama de servicios, que en el mundo de hoy requiere la gestión empresarial. De esa manera se enlaza a todas las asociadas en una red nacional con toda la información en línea sobre negocios y mercado.

En términos concretos, la Plataforma comprende, entre otros programas, la administración de asociados, correos electrónicos con dominio identificador, *hosting* (hospedaje) para web institucional, conexión de mensajería privada (*jabber*), información de riesgo de Infocorp e información crediticia regional con regularizaciones en línea.

La Plataforma opera, además, otros módulos en virtud a los cuales los asociados pueden acceder a sistemas de bolsa de proyectos, bolsa de trabajo, oferta y demanda nacional, información arancelaria y tributaria, en virtud de convenios suscritos con la Sunat y «véndele al Estado».

Finalmente, la Plataforma Tecnológica Empresarial implica una valiosa herramienta para hacer nego-

cios a través del e-compras estatales, donde las Mypes tienen grandes oportunidades para desarrollarse y crecer al acceder al mercado de las adquisiciones públicas.

Para tales fines, Perucámaras suscribió acuerdos de cooperación con la **Comisión de Promoción de la Mediana, Pequeña y Micro Empresa (PromPyme)** y el **Consejo Superior de Contrataciones y Adquisiciones del Estado (Consucode)** en virtud a los cuales nuestras cámaras asociadas se han convertido en ejes de articulación comercial.

PERUCÁMARAS contribuye con el desarrollo regional, centrando sus esfuerzos en el apoyo a la descentralización productiva y desde esa óptica ve las grandes posibilidades del TLC con los Estados Unidos. Con esta convicción ha desarrollado, con el apoyo financiero del **Proyecto CRECER de USAID**, la difusión que testimonian los textos de esta publicación.

Asimismo, la cooperación internacional ha confiado a **PERUCÁMARAS** la ejecución como contraparte peruana de un ambicioso proyecto a nivel latinoamericano de apoyo a las Mypes mediante un convenio suscrito con el **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**, cuyo ámbito abarca además a Argentina y Chile. La meta es impulsar a las medianas y pequeñas empresas de los tres países al mercado de las compras estatales.

La representatividad de PERUCÁMARAS en los ámbitos nacional e internacional se ha consolidado definitivamente. En el primer caso con una activa participación en el Grupo Consultivo para Temas Aduaneros y el Grupo Consultivo para Temas Tributarios de la **Sunat**, en las Mesas de Trabajo del **Acuerdo Nacional**, en la Comisión de Descentralización, Regionalización y Modernización del Estado y otros grupos de trabajo **del Congreso de la República** y en el **Consejo Nacional de Competitividad**, entre otros. En el segundo caso, con la incorporación de **PERUCÁMARAS** al **Consejo de Cámaras de Comercio del Mercado Común del Sur (Mercosur)**, entidad de carácter consultivo que reúne a las cámaras nacionales de los países miembros.